

文艺评奖为什么？

孙惠柱

《文汇报·文汇时评》2003/8/1

—

这些年来，文艺界一些领域里各种各样的节和奖越来越多，奇怪的是，作品总数却反而少了许多。好像越是创作不景气的地方，越是要用节和奖来鼓励创作，然而结果却很可能是越加不景气。有人相信重赏之下必有佳作，此法或许确曾有过效用，但只能用于突击性任务，对于日常事久的创造活动并无补益，反而容易带来副作用。不少文艺团体养成了为参赛得奖而创作的习惯，眼睛只盯着领导和专家，再也不把本应是服务对象的老百姓放在眼里，因为老百姓对拨款得奖都没有话语权。节奖再多也不可能天天有月月有，不少省市的剧团影院常年徒有其名，只到偶尔要争奖的时候才会热闹几天，但就是热闹也与老百姓无缘，往往连票都不卖。

节奖的“繁荣”凸现出我们在文化投入上的一大悖论：一方面大笔的钱投到办节颁奖上面，甚至不惜为还没到手的奖项而搏上巨款；另一方面却是文化单位常规投入的大幅减少。前些年国内初次提出了文化产业的观念，一些专家的鼓吹和媒体的热炒使得不少人以为产业就是文化的一切，文艺团体都要走向市场，因之政府减少文艺团体的常经费似乎就有了依据。那么，政府为节奖而花的大笔的钱又如何解释呢？

有些得奖作品是被当成能赚钱的文化产业样板来操作的，巨额投资加上官方指令的媒体炒作，自然不难产生轰动效应，有些作品确实还“赚钱”了，但那是扣除了政府赞助这一重要成本的算法。谁都知道工商界的官商敛财不足为法，文化界的官产赚钱至少不应成为文化产业的样板。事实上大量的得奖作品是没几个人会买票来看的，投入巨款礼聘各地高手包装出笼以后，只要请来评奖专家得个奖，就算功德圆满，主管官员有了政绩，根本不用算经济账。至于还有不少劳民伤财又没得到奖的，那就更等而下之了。有这样四句批评文艺界怪现象的话：“观众是领导，投资是政府，目的是得奖，归宿是仓库。”并没有太夸张。

也有些文艺界的节和奖，说起来“不花政府一分钱”，但实际上用的还是公家的财富，在上级官员的指令下，下级政府或企事业单位买单，不过转嫁了

开支。如果这样办真的能推动文化事业的发展倒也不错，问题一时的热闹并不能产生长期的效果。前些年有个说法叫“文化搭台，经济唱戏”，因为只搭一次性的草台，而不是搞长期的文化基础建设，很多钱扔进去，既未留下有价值的文艺作品，也未必让经济唱好了戏，最大的成效就是搭台让官员登场出了风头，出了所谓“政绩”。

文艺界的节和奖还有一个说法是为了对外打形象，与国际接轨。听来好像也有道理，因为国外文艺界节奖确实很多，而且总是国内媒体报道的热点。但国际上凡是好的艺术节和奖项都有大量成功的作品作为基础，而不是倒过来，垫下钱去为尚未成功甚至尚未出现的作品打“基础”。艺术的基础应该从基层、学校开始，没有这样扎实的基础，光靠花钱订货是整不出精品来的，长官意志再高明也没用。发奖是对杰出作品的鼓励，没有一个好的奖项会为以后的创作定框框指方向让人模仿。因此，揣摩评委口味为得奖而创作的只能是匠人，至于买通评委以求得奖等做法，就更加不堪了。不幸的是，我们许多地方的文艺节奖和媒体宣传正在培养出越来越多孜孜求奖的官员和匠人。如果说这也算与国际接轨，其对外宣传的效果只能是适得其反。

办节奖也可以有另一种思路，不强求“精品”，但提倡普及，这就是公益文化的做法。办这类活动不用花几百万来磨一个演出，却能使广大老百姓得益，这正是中国文化目前最需要的，可惜却不是许多官员的兴趣所在。现在中央已经澄清了关于文化的国策，十六大报告指出文化事业和文化产业都要抓，最近更明确表示要改革文化体制，公益性文化事业和经营性文化产业要两手抓，对公益性文化要加强投入。这不仅是我们国家的社会主义性质所要求的，其实也是国际上的通例。经营性的文化产业无需政府过于热心去操办，倒是公益性的文化事业需要政府的大力扶持。如果真是为广大的利益着想，而不只是考虑自己任内的政绩，我们的官员应该更多地把精力和财力放到有序运作的文化团体和基层文化设施上来，而少在徒有虚名的节和奖上浪费国家的钱，那都是包括农民在内的纳税人的血汗钱。